

настроений внутри ФРГ, ужесточению таможенного контроля, а также увеличению возможности террористических актов, что ощутимо ухудшает туристический имидж государства. Агентствам приходится проявлять максимум креативности в поиске новых форм и маршрутов для туристов.

Литература

1. За въезд в Европу туристам возможно придется платить 50 евро [Электронный ресурс] // Новости туризма. URL: <http://www.travel.otzyv.by/blog/za-vezd-v-evropu-turistam-vozmozhno-pridetsya-platit-50-evro> (дата обращения 14.01.2017)
2. Миграционный кризис в Европе / под ред. А. П. Кошкина. Вып. 6. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. 92 с.
3. Терракты подорвали спрос на Европу [Электронный ресурс] // RATA News. URL: http://ratanews.ru/news/news_1082016_5.stm (дата обращения 16.01.2017)
4. Что немцу хорошо [Электронный ресурс] // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2016/05/12/gtm2016> (дата обращения 16.01.2017)
5. Aktuelle Zahlen zu Asyl. Bundesamt für Migration und Flüchtlinge [Электронный ресурс] // Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. URL: https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Asyl/statistik-anlage-teil-4-aktuelle-zahlen-zu-asyl.pdf?__blob=publicationFile (дата обращения 03.03.2016)
6. As Migrants Pour Into Europe, New Rules of the Road for Tourists [Электронный ресурс] // The New York Times. URL: https://www.nytimes.com/2015/10/17/travel/the-latest-on-travel-in-central-europe.html?_r=1 (дата обращения 16.01.2017)
7. Disguised as refugees and able to cross borders without being identified [Электронный ресурс] // Daily Mail Online. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4073408/ISIS-general-blew-hostage-rocket-decapitated-prisoner-Europe-400-trusted-soldiers-fleeing-Syria.html> (дата обращения 04.01.2017)
8. Osteuropa und die Flüchtlingskrise: «Keiner hat hier Flüchtlinge eingeladen» [Электронный ресурс] // Spiegel Online. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/osteuropa-fluechtlingskrise-spaltet-europa-a-1051193.html> (дата обращения 15.01.2017)

Ю. В. Маслакова

ОСОБЕННОСТИ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ЯПОНИИ

Японская кухня имеет огромное значение в современной жизни всех стран мира. Ее по праву считают самой здоровой и необычной кухней в мире. Все больше и больше людей увлекаются японской культурой и кухней и мечтают поехать в Японию, чтобы попробовать аутентичные традиционные японские блюда. Еда для японцев имеет огромное значение, ее приготовление и сама трапеза являются целым пластом японской культуры. Целью статьи является характеристика индустрии общественного питания Японии.

Ключевые слова: ресторан, Япония, японская кухня, традиции, здоровая пища, туристы, современные технологии, общественное питание.

FEATURES OF PUBLIC CATERING INDUSTRY IN JAPAN

Japanese cuisine has enormous value in modern life of all countries in the world. It is considered to be the most healthy and extraordinary cuisine in the world. More and more people are interested in Japanese culture and cuisine and they dream to go to Japan for tasting authentic traditional Japanese dishes. Food has enormous value for Japanese people, its cookery and meal itself are the layers of Japanese culture. The aim of the article is the description of public catering industry of Japan.

Keywords: restaurant, Japan, Japanese cuisine, traditions, healthy food, tourists, modern technologies, public catering.

В последнее время среди граждан России набирает популярность интерес к восточноазиатским странам – Китаю, Вьетнаму, Южной Корее, Японии. Япония интересна нашим соотечественникам, прежде всего, как страна контрастов и высоких технологий, страна высокого уровня жизни и интересной культуры. Все большее место в нашей жизни занимают японская техника, японская кухня, японская культура. Молодежь активно интересуется японской музыкой, сериалами и культурой аниме, также широко распространены восточные единоборства и набирают популярность японские ремесла. Многие хотят изучать японский язык. Но чтобы прочувствовать дух этой страны, нужно побывать в Японии. В Японии хорошо развит туризм: туристская индустрия страны очень обширна и может предложить туристам незабываемые впечатления вместе с первоклассным сервисом и высоким качеством. Важная составляющая туристской индустрии, индустрия общественного питания, в Японии чрезвычайно разнообразна, но неотъемлемой ее частью является японская кухня, формировавшаяся на протяжении многих веков и являющаяся поистине национальным достоянием страны. Именно здесь в полной мере проявляется японская культура. Каждый турист считает своим долгом попробовать японские блюда. Даже сами японцы, путешествуя по собственной стране, всегда пробуют местные блюда, так как в каждом городе и регионе страны есть свои кулинарные особенности и ингредиенты. Еда и кулинария у японцев фактически возведены в культ, приему пищи традиционно в этой стране уделяется большое внимание. Мы рассмотрим особенности индустрии общественного питания Японии более подробно.

История и особенности японской кухни

Японская кухня распространена по всему миру. Особенно популярна она в России. Распространение японской кухни связано, прежде всего, с использованием в ней свежих и полезных ингредиентов. В Японии самая высокая продолжительность жизни – и это во многом благодаря питанию.

Японцы намного реже европейцев страдают заболеваниями сердечно-сосудистой системы и заболеваниями, связанными с ожирением. Сегодня культура здорового образа жизни очень популярна во всех странах мира, и японская кухня находит все больше почитателей, поскольку ассоциируется с понятием правильного питания. Японская кухня и вправду носит статус одной из самых здоровых кухонь мира, так как соответствует всем принципам здорового питания: свежести и пользе ингредиентов, сохранению полезных веществ при готовке, небольшой калорийности блюд и небольшим порциям [5].

Японская кухня имеет многовековую историю и активно развивается в настоящее время. Ее главной особенностью является то, что японцы на протяжении всей истории, перенимая кулинарные особенности других стран, всегда адаптировали их под японский уклад жизни. В результате появляются уникальные блюда, считающиеся истинно японскими, хотя они были изобретены под влиянием других кухонь. Мастерство японцев в умении сочетать японские традиции, новейшие технологии и западные достижения, в том числе в кулинарии, признано во всем мире.

Японская кухня начинается свою историю с начала возделывания японцами риса. Рис – главный компонент японской кухни, то, без чего не обходится ни одна трапеза. Значение риса в истории страны огромно. Одно время его даже использовали вместо денег. Японцы благоговейно относятся к рису. По легенде, он был принесен в Японию в посохе из тростника богом риса Инарисамой.

Древние японцы пришли на острова около 10–15 тыс. лет назад и изначально питались мясом, но учитывая бедность островов мясной пищей, они перешли на морепродукты. Отсюда идут традиции употребления в пищу сырой рыбы и богатство используемых даров моря. Древние японцы очень хорошо изучили свойства употребляемых в пищу продуктов, даже умели консервировать и хранить пищу. В VI–VIII в н.э. множество продуктов активно завозилось из Китая. Главными появившимися продуктами стали зеленый чай, соя и лапша. Далее на протяжении 400 лет формировался японский этикет и искусство японской кулинарии. После знакомства с европейцами японцы начали воспринимать европейскую кухню. Из нее они переняли готовку мясных блюд, особенно жарение, которое позже трансформировалось в технику темпура. Кроме темпуры, также появились сукияки (жареное мясо с соевым соусом) и тонкацу (котлеты из свинины) [3].

Самым известным видом японских блюд в мире являются суши. Суши являются своеобразным аналогом западного фастфуда. Японцы очень много времени проводят на работе, и, как правило, у них не принято иметь специальные помещения для приема пищи. Обед (бенто) японцы приносят с собой, чтобы перекусить. Суши являются составной частью бенто. Их по-

пулярность объясняется удобством и сытностью. Суши не надо подогревать, они довольно несложно и быстро готовятся, а также они очень сытные за счет хорошего сочетания рыбы, риса и овощей. Они небольшие и быстро съедаются.

Сокровищем японской кулинарии является мраморное мясо высочайшего качества – мясо кобугю, которое готовят прямо на глазах у клиента на специальной жаровне тэппаняки. Из китайской кулинарии японцы позаимствовали множество блюд из фасоли и сои – растений семейства бобовых. Из них японцы готовят соус, который подают ко многим блюдам – сёю.

Вообще овощи являются одним из важнейших компонентов японской кухни. Используются различные виды лука, морковь, огурцы, капуста, салаты, различные сорта редьки, имбирь. Традиционные японские овощи – бамбук, лотос, батат и хрен васаби. Васаби используется не просто как приправа, но и как обеззараживающее средство, необходимое при употреблении сырой рыбы. Овощи употребляются как сырые, так и соленые и квашенные. Последние традиционно используются как приправы и для приготовления супов. Самым известным супом является мисо. Он готовится из пасты мисо (кашица из соевых бобов).

Лапша занимает важное место в рационе японцев. Ее существует четыре вида: соба (гречневая лапша), удон (пшеничная лапша), бифун (рисовая лапша), сайфун (бобовая лапша). Каждая лапша обладает своим вкусом, и японцы едят ее с определенными продуктами.

Сладостями у японцев долгое время являлись фрукты в свежем и сушеном виде. В Японии произрастают такие фрукты, как персики, груши, мандарины, хурма и множество видов ягод. Первые японские сладости делались из сладкого картофеля и красных бобов, а также риса. Только в XVII веке японцы познакомились с сахаром. Практически все традиционные японские сладости готовятся из рисового или бобового теста, фруктов, сладких овощей и агар-агара (разновидности желатина). Японские сладости необычны на вкус для европейцев, так как в них мало сахара и они не имеют сильно выраженного сладкого вкуса.

Основным напитком Японии является, конечно же, чай, благодаря которому появилась чайная церемония и особая культура его употребления. В основном употребляется зеленый чай, его существует множество сортов. Как прохладительный напиток употребляется кори – строганный лед с фруктовым сиропом. Популярные алкогольные напитки – сакэ и сётю. Сакэ – рисовая водка с содержанием алкоголя 16–18 градусов. Сётю – японский вариант самогона, с содержанием алкоголя 20–30 градусов. Есть у японцев и пиво из риса – бакую.

Долгожителями на столе японцев, как и рис, являются рыба и морепродукты. На прилавках японских магазинов всегда в изобилии представлен

широкий ассортимент рыбных продуктов, таких как тунец, горбуша, морской лещ, креветки, кальмары, осьминоги, каракатицы, трепанги, крабы, моллюски (все это в свежем виде). Едят рыбу, отваренную в соевом соусе, жареную на сковороде, на открытом огне, приготовленную в кипящем масле, в виде колбасы и сосисок, сушеную. Иногда рыба и морепродукты употребляются и в живом виде. Такие блюда называются «одори».

Интересной чертой японской кухни является привязанность видов блюд к определенному сезону и событиям. Учитывается, какие ингредиенты доступны в свежем виде, когда созревают те или иные овощи и фрукты, сезон определенной рыбы или морепродуктов. То есть зимой японцы едят одни блюда, летом – другие. Например, весной добавляется бамбук, осенью едят хурму и морковь. Состав блюд может меняться даже по месяцам. Также повара учитывают регион, климат и даже возраст гостей. Зимой и на севере Японии делаются большие порции, на юге – маленькие. Для молодежи объем еды больше, чем для пожилых людей.

Японцы – созерцающая нация, и кулинария, как и все аспекты японской жизни, подчинена законам гармонии и красоты. Из блюд в ресторанах стараются сделать произведения искусства. Овощи и фрукты причудливо нарезают специальными ножами, учитывается разнообразие и гармония цветов в блюде. Из блюд делаются композиции, например, салат могут оформить в виде горы Фудзияма. Минимальная тепловая обработка и стремление выразить натуральный природный вкус ингредиентов также являются отличительной чертой японской кухни. Интересным является и то, что блюда в различных частях страны могут сильно отличаться. Это связано с разными видами овощей, рыбы и выращиваемых культур, которые отличаются в каждой префектуре.

В Японии подача блюд также сильно отличается от европейских обычаев. У японцев нет понятия первого, второго и третьего блюда, которые приносят в разное время. Все блюда принято подавать разом в небольших мисках. Есть разделение блюд на горячие и холодные и разделение трапезы на начало, середину и конец. Также всем известно, что вместо привычных ложек и вилок японцы пользуются деревянными палочками – хаси. С использованием хаси связан целый ряд традиций и правил этикета, которые должны неукоснительно соблюдаться в том числе и туристами. Кроме хаси японцы пользуются также керамическими ложками, которыми принято есть суп [4].

Особенности питания туристов в Японии

Питание туристов в Японии делится на два вида – для индивидуальных и групповых туристов. Различие в том, что организованные туристы оплачивают туры и, соответственно, питание заранее. Их рацион тщательно разрабатывается и уже полностью готов перед их прибытием. Индивидуальные

туристы сами выбирают рестораны и тип питания. Ресторанное хозяйство Японии получает значительную долю доходов от международного и внутреннего туризма, в нем сосредоточена значительная часть материально-технической базы туристической индустрии Японии. Самой популярной формой предприятия ресторанного хозяйства в Японии являются этнографические рестораны и кафе. В таких ресторанах и кафе подают японскую кухню, имеется традиционный японский интерьер, персонал одет в традиционные японские костюмы и играет традиционная японская музыка.

Что касается ресторанов при отелях, то в них, как правило, предлагается широкий ассортимент блюд, как традиционных японских, так и европейских. Типичные европейские отели в Японии, кроме японской кухни, обязательно предлагают китайскую и европейскую. В Японии есть особый тип отелей, называемых рёкан. Рёкан представляет собой традиционную японскую гостиницу, где гости наслаждаются традиционной японской культурой. В этих гостиницах аутентичные японские номера, обставленные в соответствии с японской культурой. В таких отелях предлагается только изысканная и оригинальная японская кухня, в соответствии со всеми традициями. Тем не менее, у всех ресторанов при отелях есть общие черты. В первую очередь, это высокое качество сервиса: еду изготавливают высококвалифицированные повара, гостей обслуживают специально подготовленные официанты, знающие хотя бы один иностранный язык. Качество сервиса в Японии соответствует европейскому.

В японских ресторанах иностранных туристов обучают правилам японского этикета и правилам употребления японских блюд. Их учат есть палочками, правильно сочетать приправы с блюдами, и правильно пить сакэ. В зависимости от вкуса и аромата туристам в ресторане предлагают четыре вида сакэ: ароматное (с фруктовым или цветочным ароматом и низким содержанием алкоголя), легкое (со свежим приятным вкусом и средним содержанием алкоголя), сакэ с насыщенным вкусом и выдержанное (золотистого цвета со вкусом специй). Японское сакэ не крепкое. От степени игристости меняются вкус и запах напитка. Температуру можно варьировать в пределах от 5 до 55 градусов в зависимости от времени года и типа пищи. Идеальный температурный диапазон сакэ также зависит от его типа. Например, ароматное и легкое сакэ рекомендуется пить охлажденным. С рисовой водкой можно готовить разнообразные коктейли. Она отлично сочетается с соками и ликерами. Без сакэ в Японии не обходится ни один праздник.

Виды питания туристов в Японии не сильно отличаются от повсеместно принятых. Существуют полный пансион (завтрак, обед, ужин), полупансион (завтрак-обед, завтрак-ужин), только завтрак. Здесь распространены такие формы обслуживания, как шведский стол (выбор любого блюда из представленных в зале), табльдот (обслуживание официантом по меню), а ля карт (свободный выбор клиентом блюд по предложенному меню).

Меню составляется таким образом, чтобы оно было понятно всем туристам, цены указываются в валюте страны – йенах.

В ресторанах, где качество продуктов, разумеется, самое высокое, блюда подают в определенном порядке – в несколько приемов на отдельных подносах. На первом непременно стоят овощные блюда, устрицы, сашими. На последнем – суп, рис и маринады. А в промежутке между ними – все многообразие жареных или приготовленных на пару рыбных и мясных блюд с различными приправами. В очень дорогих ресторанах предлагается обычно два-три набора из 10–12 блюд, подаваемых в строго установленном порядке. Но порции в них по европейским понятиям микроскопические. Интерьер, сервировка столов и обслуживание выдержаны в традиционном стиле – гости сидят за низкими лакированными столиками на подушках – дзабутон, обслуживают их одетые в кимоно японки.

При желании русские туристы могут питаться и в русских ресторанах. В каждом большом городе Японии есть русские рестораны, в том числе и с российскими поварами и обслуживающим персоналом.

В Японии расположены множество кафе, харчевен, закусочных, магазинов. Во всех витринах можно увидеть муляжи – точные искусственные копии блюд, подаваемых в каждом заведении. Искусство изготовления муляжей связывают с появлением европейских блюд, незнакомых для японцев. Туристам, чтобы заказать и попробовать любое блюдо, нужно просто показать на муляж. Это очень удобно и приносит большие доходы.

В одном Токио более 10 тысяч рыбных магазинов. Японцы знают несметное количество морепродуктов и видов рыбы, употребляемых в пищу. В таких рыбных магазинах продается и готовится большое разнообразие рыбных блюд. Продавец не только выберет, очистит и продаст покупателю рыбу, но и подскажет и подробно объяснит, как ее лучше всего приготовить. Одним из видов специализированных рыбных магазинов Японии являются суши (в русском варианте – суши-бар). Посетителей и поваров разделяет стеклянная витрина, где расставлены все продукты для приготовления суши. Здесь можно заказать и сразу получить до 36 различных его видов. Например, колобки с креветками, тунцом, крабами, осьминогом, макрелью, каракатицей, скумбрией, окунем, красной икрой, морским гребешком. Такие рестораны являются неотъемлемой частью туристической индустрии и питания туристов.

Туристской достопримечательностью являются кайтендзуси. Это суши-бар, где блюда подаются на своеобразном конвейере. По кругу движутся маленькие тарелки с разнообразными закусками или суши. Внутри круга находятся повара, непрерывно готовящие новые порции. Такие рестораны привлекают оригинальностью и скоростью обслуживания, а также невысокой ценой.

Улицы японских городов наполнены вывесками «удон», «соба», «рамен». Все это закусочные, где готовят блюда из разных видов лапши. Это фактически национальный аналог современных ресторанов быстрого приготовления. В стране еще в средние века в крупных городах было немало специализированных закусочных, где подавалось какое-либо стандартное блюдо – или соба, или удон. В частности, в Токио в середине прошлого века насчитывалось почти 4 тысячи закусочных соба. Эти чисто японские заведения быстрого питания имеют привлекательные пункты меню, а также привлекают туристов возможности быстро перекусить японской едой.

Не нужно думать, что в японских городах нет знаменитых сетей ресторанов быстрого питания. Здесь также, как и во всем мире, туристы смогут найти рестораны сетей «Макдональдс», «KFC», «Бургер Кинг». Первым (в 1971 году) и самым популярным на японской земле оказался «Макдоналдс», который сейчас насчитывает более тысячи филиалов, где ежегодно продается более 50 млн гамбургеров. Японский «Макдоналдс» – самая крупная из зарубежных компаний сети. Для многих туристов, которые не собираются приспосабливаться к японской пище, в частности, американских туристов, эти всемирно известные точки питания становятся постоянными в посещении. Есть и собственные японские сети недорогих ресторанов, например, «Есиноя», где подается такое блюдо, как гюдон. Гюдон представляет собой рис с говядиной и луком-пореем. Еще одна сеть – «Тэн» – предлагает туристам блюда тендон (рис с темпура) [1].

Во всем мире Япония известна как страна высоких технологий. Японские технологии в общепите проявились прежде всего в многочисленных торговых автоматах, где можно купить абсолютно все – от бутерброда до цветов. Они расположены абсолютно везде, ими легко и удобно пользоваться. Неудивительно, что это изобретение находит сторонников и среди туристов, особенно индивидуальных – тех, которые совершают путешествие и прогулки без сопровождения, самостоятельно выбирая маршрут, место проживания и питание. Нередко, прогуливаясь по японским маленьким улочкам, туристы, не имея времени на долгую трапезу для еды обращаются к известным японским автоматам.

Также для быстрого и недорогого перекуса на японских улицах много магазинов типа «комбини». Это, прежде всего, японская сеть известных магазинов «7-Eleven». Их главное отличие – круглосуточная работа. В этих магазинах продается много продуктов быстрого приготовления и готовых блюд. Услугами этих магазинов постоянно пользуются работники в обеденные часы и туристы. Еду из таких магазинов можно заказать прямо на дом или в отель. Также комбини выручают туристов в случае переполненности кафе в обеденные часы.

Есть в Японии и рестораны домашней еды. Это небольшие помещения в деревнях или маленьких городках, расположенные прямо в домах владельцев. Домашняя пища японцев состоит из жареных или тушеных блюд, из сырой рыбы, риса и супа. К блюдам добавляют сакэ, закуску, салат, маринованные овощи. Целый ряд вкуснейших блюд готовят в их присутствии, причем очень быстро. В этом случае нужны лишь электросковорода или чугунная сковорода с газовой горелкой, а также красиво расположенные на подносе подготовленные продукты. Десерт, как правило, отсутствует. Японский обед идет под аккомпанемент зеленого чая [1].

Таким образом, можно заключить, что индустрия общественного питания в Японии поражает своей уникальностью, разнообразием и качеством.

Литература

1. Виртуальная Япония [Электронный ресурс]: URL: <http://miuki.info/> (дата обращения 17.01.2017)
2. Загадочная Япония [Электронный ресурс]: URL: <http://leit.ru> (дата обращения 17.01.2017)
3. История возникновения японской кухни [Электронный ресурс]: URL: <http://worldfoods.ru/Japanese-cuisine/History/> (дата обращения 17.01.2017)
4. Красичкова А. Г. Японская кухня. – СПб.: Питер, 2007.
5. Новожинов Ю. М., Сопина Л. Н. Зарубежная кухня: практ. пособие. – М.: Высш. Шк., 1990.

М. О. Софронова

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ АЛЬЯНСОВ НА РЫНКЕ АВИАПЕРЕВОЗОК

Данная статья посвящена международным авиационным альянсам. Рассмотрены «Star Alliance», «Sky Team» и «Oneworld», причины их создания, преимущества вступления в альянсы для участников и для пассажиров. Также в статье говорится о причинах невступления в международные авиаальянсы авиакомпаний «Emirates Airlines» и «Etihad Airways» и о создании собственных авиационных альянсов Ближнего Востока. Для проведения анализа были использованы официальные сайты авиакомпаний, а также российские информационные авиационные порталы.

Ключевые слова: авиационный альянс, авиакомпания, Star Alliance, Sky Team, One World, Emirates Airline, Etihad Airways, код-шеринг.

М. О. Sofronova

ANALYSIS OF ALLIANCES IN THE AIRLINE INDUSTRY

This article focuses on the international aviation alliances. This article reviewed the «Star Alliance», «Sky Team» и «Oneworld», the reasons of their creation, the benefits of joining alliances for the participants and for passengers. Also, the article talks about the